



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA**  
**CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**  
**DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA**  
**PROFESSORA ORIENTADORA: AMALIA RAQUEL PÉREZ-NEBRA**

SARAH MARIA ABRAHÃO TOLENTINO DE VASCONCELOS  
MATRÍCULA N.º 20267212

## **INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA INCIDÊNCIA DOS TRANSTORNOS ALIMENTARES**

Brasília/DF, junho de 2006.

SARAH MARIA ABRAHÃO TOLENTINO DE VASCONCELOS

## **INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA INCIDÊNCIA DOS TRANSTORNOS ALIMENTARES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
como requisito para conclusão do curso de  
bacharelado em Comunicação Social com  
habilitação em Publicidade e Propaganda do  
UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Profa. Orientadora: Amalia Raquel Pérez-  
Nebra

Brasília/DF  
2006



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA**  
**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**  
**SUPERVISÃO DE MONOGRAFIA ACADÊMICA**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Brasília, 2 de junho de 2006.

**Banca Examinadora**

---

Profa. Amalia Raquel Pérez-Nebra  
Orientadora

---

Prof. Mauro Castro  
Examinador

---

Prof.<sup>a</sup> Moema Brasil  
Examinadora

"Imagem Corporal é o desenho que formamos  
na nossa mente do nosso próprio corpo; ou a  
forma como o vemos"

Schilder, 1980

"Não é livre quem é escravo do corpo".

Sêneca

## AGRADECIMENTOS

Vencida mais uma etapa dos estudos que ainda pretendo aprimorar, agradeço aqueles que estiveram sempre ao meu lado: a Deus, orientação maior na minha caminhada;

À minha família, em especial a minha mãe e a vovó Sarah pelo apoio, incentivo e amor, sem o carinho delas não teria chegado aonde cheguei, amo vocês;

Ao meu pai que eu amo muito, pela compreensão e constante incentivo, desde minhas primeiras horas, do hábito de leitura e valoração do estudo;

Ao tio Beze, meu porto seguro, sempre presente em todas as fases de minha vida;

Aos professores que de alguma maneira me apoiaram ao longo dessa jornada e a professora Amália pelos conhecimentos compartilhados.

Agradeço, ainda, com especial carinho:

Amanda e Valentina, minhas queridas "irmãs" desde o jardim de infância e que acompanham com amor incentivo e amizade a trajetória de minha vida até hoje;

Fê, Joana, Luzia, Marina e Martina, que sempre estiveram ao meu lado nas horas de necessidade, de apoio e compreensão. Obrigada pela amizade de vocês;

À minha amiga Val pela paciência, dedicação e amizade;

Aos meus amigos Christian, Nathália e Priscila, pelo companheirismo, cumplicidade e amizade;

Christianno, amigo de todas as horas.

Obrigada a todos por dizerem tantas vezes o que eu realmente precisava ouvir e por terem me mostrado um outro lado a considerar.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	8
2 DISTÚRBIOS ALIMENTARES .....	11
2.1 Distúrbios Alimentares e as Jovens .....	13
2.2 Bulimia.....	14
3 ANOREXIA E INFLUÊNCIA DA MÍDIA .....	16
3.1 Mídia e Comunicação Persuasiva .....	18
4 MÉTODO.....	24
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	26
6 CONCLUSÃO .....	31
7 REFERÊNCIAS.....	30
8 APÊNDICES.....	32

## RESUMO

Esta monografia aborda o papel da mídia na influência ao desenvolvimento dos transtornos alimentares, mais especificamente anorexia ou bulimia nervosas. A escolha desse tema deve-se à significativa quantidade de casos divulgados sobre as chamadas doenças da alma ou distúrbio dismórfico corporal (DDC) - depressão, ansiedade, *stress*, anorexia e bulimia, buscando servir de subsídio à comunidade científica sobre o esclarecimento do papel da mídia na influência de um padrão estético ótimo para as mulheres. Ocorre que tais distúrbios tem aumentado o número de registro nos últimos 20 anos, dado a grande divulgação de marcas na mídia em geral., fazendo com que as adolescentes, público-alvo desta pesquisa, se preocupem de forma excessiva com a sua aparência e com as mudanças que ocorrem nessa fase, objetivando idealizar e alcançar os padrões de beleza e estética explorados pelos meios de comunicação. O objetivo geral desta monografia consistiu em estudar o fenômeno da influência da mídia na criação de transtornos alimentares em adolescentes, mais especificamente a anorexia, identificando a forma como esta influência ocorre, sendo apresentado na discussão como essa influência ocorre. Como instrumento de pesquisa de campo foi adotado um questionário composto por questões abertas, semi-estruturado, aplicado a adolescentes que sofreram ou sofrem de anorexia nervosa, cujos resultados são apresentados no item Resultados e Discussão desta monografia. Na conclusão desta pesquisa observou-se que quase todas as entrevistadas de certa forma concordaram que a mídia exerce influência para que ela permaneça em forma ou busque melhorar seu corpo, o que em algum período no passado, ou atualmente, auxiliou no desenvolvimento da anorexia nervosa.

## ABSTRACT

This final project approaches the influence that the media has on the development of eating disorders, more specifically in the areas of nervous anorexia and bulimia. The choice of the subject was given by the significance amount of known cases about the diseases named as soul or "distúrbio dismófico corporal (DDC)" probably leading to depression, anxiety, stress, anorexia and bulimia, trying to serve as an assistance to the scientific community as an clarification of the influence the media has in a great esthetic way for the women. It occurs that the given disorders have increased in the last 20 years, because of the great amount of brands in the media. Causing the teenagers (the main character of these research) to be preoccupied in a massive way with how they look and with the chances that occur through these phase. Having as an objective to idealize and approach the way the esthetic and the beauties are explored by the media. This final project consist in studying the influence the media has on creating eating disorders in teenagers, or more specifically the anorexia, identifying the way of how these influence occurs. As an instrument of camp research a questionnaire was created, semi-structured, with random question, directed to teenagers that have suffered or suffers from the disease. The results are presented on the item of Results and Discussion on this final project. The conclusion of thjs research had the observation that almost ali the girls that were interviewed agreed in a certain way that the media definitely has an influence on why they keep in shape or tried to have a nicer body, what in a certain period in the past, or now a days, helps in the development of - nervous anorexia.



## 1 INTRODUÇÃO

O tema selecionado para elaboração desta pesquisa é a influência da mídia na incidência dos transtornos alimentares. A escolha desse tema deve-se à significativa quantidade de casos divulgados sobre as chamadas doenças da alma ou distúrbio dismórfico corporal (DDC) - anorexia e bulimia, buscando servir de subsídio à comunidade científica sobre o esclarecimento do papel da mídia na influência de um padrão estético ótimo para as mulheres. Já a delimitação do tema recaiu sobre a Influência da mídia na criação dos transtornos alimentares em adolescentes: o caso da anorexia.

Conforme Erbert (2005, p. 13) “nos últimos vinte anos, adolescentes com faixa etária entre 10 a 19 anos, principalmente, têm apresentado maior incidência de transtornos alimentares.” Isto ocorre em função da preocupação excessiva com a sua aparência e com as mudanças que ocorrem nessa fase, objetivando idealizar e alcançar os padrões de beleza e estética explorados pelos meios de comunicação, e que na maioria das vezes enaltecem a magreza (ERBERT, 2005).

O que se observa na obra de Erbert (2005, p. 14) é que “a exploração desses moldes, em casos não raros, acentua as dificuldades naturais de aceitação do próprio corpo”. Dessa forma, estando o indivíduo em uma fase influenciável, torna-se receptivo às imagens arquitetadas pela mídia, o que pode contribuir para o surgimento de depressão, a preocupação excessiva com perda de peso e/ou transtornos do hábito nutricional.

Isto ocorre em razão de os adolescentes associarem a beleza, o sucesso e a felicidade a um corpo magro, tornando cada vez maior o número de pessoas que praticam dietas abusivas e outras formas não saudáveis de regular o emagrecimento.

Conforme Nabuco (2006, p. 194), “até 1983, quando a cantora Karen Carpenter faleceu, vítima de anorexia nervosa, pouco se ouvia falar do mal.” Atualmente, mais e mais mulheres famosas admitem sofrer desse e de outros transtornos alimentares. Enfrentaram o problema princesas como Diana, da Grã-Bretanha, Vitória, da Suécia, e Caroline, de Mônaco, cantoras como Victoria

Beckham (ex-Spice Girl) e Alanis Morissette, *top models* como Kate Moss e atrizes como Jane Fonda. (NABUCO, 2006).

No caso em tela, explora-se a significativa incidência de anorexia. Pessoas com esses distúrbios apresentam importantes restrições alimentares, padrões nutricionais inadequados e costumes errôneos em razão de vários falsos mitos e da sensação de incompetência para lidar com o alimento.

Conforme a Wikipedia (2006,internet):

muitos especialistas acreditam que a influência da mídia é a principal (mas não a única) causa de transtornos alimentares. Isto porque a mídia comumente (mas não sempre) impõe o estereótipo em que a magreza é um fator importantíssimo, se não indispensável, para o sucesso social e econômico de uma pessoa, desde redes de televisão até filmes e revistas. Tal influência é bastante negativa em crianças e adolescentes, em qual a personalidade ainda está em formação, e casos de garotas entre 11 a 14 anos anoréxicas existem com relativa frequência.

Dessa forma, levanta-se a seguinte questão para esta pesquisa: Porquê e como a mídia influencia as adolescentes no desenvolvimento da anorexia?

Quanto aos objetivos desta pesquisa, o objetivo geral consistiu em estudar o fenômeno da influência da mídia na criação de transtornos alimentares em adolescentes, mais especificamente a anorexia, identificando a forma como esta influência ocorre.

Já os objetivos específicos estes consistiram em: a) identificar como a mídia influencia adolescentes na criação de padrões de beleza ideais; b) estudar a divulgação de padrões ideais de beleza feita por meio das mídias de comunicação vistos pela ótica de adolescentes.

Dessa forma, esta pesquisa se faz necessária no tocante ao auxílio aos futuros e jovens comunicólogos na conscientização da importância do papel do seu trabalho para a sociedade e preparar meios de conduta ótimos, objetivando a não-interferência ou interferência positiva na vida dos seus públicos.

Isto porque neste estudo, a mídia incide sobre uma faixa etária delicada, que é a adolescência, onde ocorre a criação e estabilização da sua identidade, tendo, por vezes, influência negativa, induzindo ao culto excessivo ao corpo, ajudando a desenvolver a anorexia nessas pessoas.

No que tange à metodologia desta monografia, tem-se que a pesquisa aplicada teve cunho exploratório, por meio de análise qualitativa dos relatos das adolescentes.

## 2 DISTÚRBIOS ALIMENTARES

Conforme Erbert (2005, p.14), as mulheres experimentam mais conflitos relacionados a comida e a forma anatômica do que os homens. A tendência a se manter estruturalmente magras já está precocemente presente em um maior número de meninas, como pode ser notado nos regimes iniciados por aquelas que revelam um medo mórbido de engordar. Associam isso a popularidade, inteligência e agilidade no esporte, enquanto que as “fofinhas”, em não poucas oportunidades, são consideradas tolas e, o que é mais significativo, tornam-se solitárias.

Pessoas com distúrbios alimentares apresentam importantes restrições, padrões nutricionais inadequados e costumes errôneos em razão de vários falsos mitos e da sensação de incompetência para lidar com o alimento.

O que pode ser observado na literatura consultada é que o desconforto físico, a sexualidade, a pressão psicológica exercida e a ansiosa busca de uma identidade são fatores que colaboram para tornar os jovens mais vulneráveis ao desenvolvimento de distúrbios alimentares (ERBERT, 2005).

Verifica-se, que a “a sociedade rejeita as pessoas que estão acima do peso, não necessariamente obesas. Basta haver uma barriguinha aparecendo para não serem valorizadas. Destaca-se a magreza como desejável e aceita por todos.” (ERBERT, 2005, p.13). Dessa forma, a sociedade tem influência direta no surgimento dos distúrbios alimentares.

No caso dos distúrbios alimentares, uma forma de prevenção de doenças como anorexia, bulimia e obesidade é o ensino de bons hábitos alimentares, embora seja muito difícil estabelecer uma linguagem comum que atinja o conjunto de pessoas suscetíveis a esses problemas (ERBERT, 2005).

Conforme Cordás *et al.* (1998, p. 17),

a imagem corporal é conceituada como o modo de sentir o peso, o tamanho ou a forma corporal. A adolescência é um período de mudanças sociais, emocionais e físicas importantes (puberdade) e, portanto, a jovem terá que se readaptar à sua imagem corporal, juntamente com sua imagem global e seu papel na sociedade.

O uso de métodos para emagrecer com o objetivo de perderem peso é a característica marcante desses quadros: recorre-se a medicamentos para suprimir a fome, diuréticos e laxantes acompanhados por esquemas rígidos de dietas e jejuns alimentares; essas pacientes são assíduas frequentadoras de academias de ginástica. Destaca-se que elas se submetem a tudo isso sempre com o pensamento voltado, de forma obsessiva, para seu peso e corpo (BUSSE, 2004).

Assim, conforme Buckroyd (2000, p. 17), a anorexia nervosa consiste no processo de perda e a emaciação resultante da recusa em comer.

Conforme Busse (2004, p. 45),

os hábitos alimentares das anoréxicas e bulímicas são bem distintos, mas curiosamente há aparentes coincidências; podemos deparar com eventuais episódios de hiperfagia nas anoréxicas que simulariam, talvez nessas ocasiões, a BN<sup>1</sup>, porém são muito raros, sem as características do binge<sup>2</sup>.

Conforme Buckroyd (2000, p. 17), a descrição clínica da anorexia tem a seguinte qualificação: "...é conhecida e diagnosticada pelos médicos há pelo menos trezentos anos." A característica inicial mais descrita dessa doença é a impressionante perda de peso e a emaciação resultante da recusa em comer.

Para Busse (2004, p. 49), "a bulimia nervosa é um distúrbio alimentar caracterizado pelo rápido consumo de uma grande quantidade de alimentos em um curto período de tempo, com uma sensação de falta de controle durante o episódio."

Alguns autores colocam que na bulimia nervosa não registraram, como na anorexia nervosa, perda importante de peso, de tal sorte que este se encontra em níveis próximos à normalidade de maneira geral. Como afirma Fairburn (1984), ao redor de 70% das pacientes têm peso normal e os 30% restantes se situam um pouco acima ou abaixo.

Conforme Busse (2004, p. 47):

As orgias alimentares (*binge*) são traços marcantes do comportamento da BN, em que grandes quantidades de alimentos são ingeridas de maneira compulsiva, não havendo discriminação entre doces e salgados, externado em consequência de forte sentimento de culpa pelo ato efetuado.

---

<sup>1</sup> Nota da autora: BN = Bulimia Nervosa.

<sup>2</sup> Nota da autora: Binge significa orgias alimentares.

Dessa forma, os distúrbios alimentares neste tópico assinalados se desenvolvem ou no sentido de a pessoa deixar absolutamente de se alimentar ou se alimentar em excesso, gerando, nas duas modalidades, distúrbios físicos e psicológicos.

## **2.1 Distúrbios Alimentares e as Jovens**

Sabe-se que as jovens tornaram-se nesse meio tempo mais preocupados com a sua aparência e com as mudanças que ocorrem nessa fase, objetivando idealizar os padrões de beleza e estética explorados pelos meios de comunicação, e que, na maioria das vezes, enaltecem a magreza.

A exploração desses moldes, em casos não raros, irreais, acentua as dificuldades naturais de aceitação do próprio corpo. (ERBERT, 2005).

Erbert (2005, p.14) afirma que:

por estar em uma fase influenciável, os adolescentes tornam-se receptivos às imagens arquitetadas pela mídia, o que pode contribuir para o aparecimento de depressão, a preocupação excessiva com perda de peso e/ou transtornos do hábito nutricional.

Os adolescentes logo associam a beleza, o sucesso e a felicidade a um corpo magro, tornando cada vez maior o número de pessoas que praticam dietas abusivas e outras formas não saudáveis de regular o emagrecimento.

Dessa forma, nas jovens que desenvolvem anorexia nervosa, observa-se, que o julgamento de sua imagem corporal está alterado, fazendo-a sentir-se com as formas maiores do que são na realidade.

Erbert (2005, p.15) afirma que:

algumas famílias, os adultos demonstram um verdadeiro pânico em relação a crianças magras. Elas chegam a sofrer um bombardeamento

alimentar, por meio de vitaminas, farinhas e complementos, para evitar o risco de anemia. Em compensação, na adolescência o receio é o oposto: tudo deve ser controlado, para evitar que engordem e se tornem objeto de chacotas.

Segundo Busse (2004, p. 44):

A grande maioria é do sexo feminino, numa proporção de 9:1, e sua incidência está em torno de 1%, sendo mais alta nos grupos de risco, pessoas ligadas à moda de modo geral, bailarinas e atletas; mais freqüente nos países de Primeiro Mundo e, nestes, nas classes média alta e alta. Alguns autores preferem considerar a BN um subgrupo da AN; é o caso de Hsu, 1986, que, inclusive, cognominou adebulimexia. No entanto, Hilde Bruch, 1987, combate tenazmente essa tendência, afirmando tratar-se de uma atrocidade semântica por erroneamente implicar uma semelhança.

O objetivo deste trabalho é verificar se a mídia realmente contribui para o desenvolvimento desse medo, com base nas entrevistas aplicadas.

No tópico seguinte discute-se uma variação dos distúrbios alimentares que é a bulimia, doença que se manifesta do modo oposto à anorexia, tendo em vista que as pessoas que sofrem desse mal comem em demasia.

## **2.2 Bulimia**

Conforme Erbert (2005, p.27), o termo bulimia tem uma história muito antiga. "Deriva de "bous" (boi) e "limos" (fome), designando, assim, um apetite tão grande que seria possível a um homem comer um boi. A etiologia da bulimia é desconhecida, acreditando-se em vários fatores envolvidos, como depressão, distúrbios familiares, abuso de drogas, entre outros. (ERBERT, 2005).

Busse (2004, p. 43) afirma que a bulimia é a "síndrome caracterizada por repetidos ataques de hiperfagia, preocupação excessiva com o controle de peso corporal, levando o paciente a adotar medidas extremas a fim de mitigar os efeitos de engordar da ingestão de alimentos."

Busse (2004, p. 44) afirma, ainda, que:

Na bulimia há preocupação persistente com o comer e um desejo irresistível de comida; o paciente sucumbe a episódios de hiperfagia nos quais grandes quantidades de alimentos são consumidas em um curto período de tempo.

O paciente tenta neutralizar os "efeitos engordativos" dos alimentos por um ou mais dos procedimentos que se segue: vômitos auto-induzidos, abuso de purgantes, períodos alternados de inanição, uso de drogas, como anorexígenos, preparados tireoidianos ou diuréticos.

A psicopatologia consiste de um pavor mórbido de engordar e o paciente estabelece para si mesmo um limiar de peso definido bem abaixo do seu peso pré-mórbido, que constitui o peso ótimo e saudável na opinião do médico.

O termo deve ser restrito à forma do transtorno que está relacionada com a anorexia nervosa. Por compartilhar da mesma psicopatologia, a distribuição etária por sexo é similar à da anorexia nervosa, porém a idade de apresentação tende a ser ligeiramente mais tardia, situando-se ao redor dos dezoito anos, mas podemos observar quadros bulímicos com início aos dez anos de idade. Por essa razão o número é inferior na Psiquiatria Infantil e da Adolescência. (BUSSE, 2004, p. 44).

Conforme Busse (2004, p. 49), "o transtorno é predominantemente característico das mulheres jovens e adolescentes, com prevalência de 1,1% a 4,2% neste grupo. Esta doença é rara em homens; sua ocorrência é de aproximadamente 1,1% daquela observada nas mulheres."

Conforme Busse (2004, p. 49):

A auto-avaliação, excessivamente influenciada pelo peso e forma corporal, é classificada em dois tipos de distúrbios:

- 1) Não-purgativo: o controle de peso é realizado por meio de dieta rígida, jejum ou exercício excessivo.
- 2) Purgativo: com vômito auto-induzido ou uso e excessivo e regular de laxantes ou diuréticos.

O vômito comumente é considerado um importante indicador de bulimia nervosa; no entanto, é o comportamento de consumo compulsivo excessivo de alimentos, seguido de purgação, o mais importante para o diagnóstico.

Para qualificar o transtorno, a compulsão periódica e os comportamentos compensatórios inadequados devem ocorrer, em média, no mínimo, duas ou três vezes por semana, durante três meses.

O próximo capítulo aborda a anorexia e a influência que a mídia exerce nas adolescentes para o desenvolvimento desse distúrbio alimentar.



### 3. ANOREXIA E INFLUÊNCIA DA MÍDIA

Enquanto filósofos, historiadores, economistas, sociólogos e antropólogos – reconhecendo a centralidade dos meios de comunicação – buscam compreender a dinâmica da nova realidade, no Brasil, as análises oriundas da Ciência Política e da comunicação continuam resistindo a inscrever os meios de comunicação entre as instituições merecedoras de estudo e pesquisa na análise política.

Conforme Cordás *et al.* (1998), os fatores sociais e culturais na ocorrência da anorexia nervosa e da bulimia nervosa têm importância no que tange ao padrão de beleza vigente que exige que as mulheres não engordem, mantendo-se magras, semelhantes às modelos e manequins.

Dessa forma, o que se observa na literatura consultada é que o fato de não caber em um vestido ou receber um comentário de alguém sobre a forma do corpo são estímulos para iniciar uma dieta. Além disso, desde o século passado começaram a se verificar casos de pessoas que se recusavam voluntariamente a comer, sendo chamadas de anoréxicas. Mas foi no século XX que surgiu outra característica deste transtorno, que é o medo de engordar e a sensação de estar com peso acima do normal, chamada de distorção da imagem corporal.

Esses fatos demonstram que a anorexia nervosa tem relação direta com a cultura e com fatores de valorização social, como a beleza. Essa doença já se transformou em uma "epidemia" dos transtornos alimentares nos últimos 20 anos, sendo consequência das mudanças de padrões estéticos e de comportamento.

Cordás *et al.* ( 1998,p. 40) informam que:

o que era um problema raro e pouco conhecido se tornou um transtorno psiquiátrico que afeta cerca de 1% de todas as mulheres entre 18 e 40 anos. O "culto ao corpo" propagado por meio do crescimento das academias de ginástica, do número de revistas sobre o assunto e dos produtos dietéticos ganhou uma divulgação crescente, atingindo um número cada vez maior de pessoas através dos meios de comunicação.

Por causa dessa pressão da sociedade por um padrão estético ótimo é que se verifica o crescente número de pessoas que associam "beleza" à

"magreza", atingindo o público feminino e adolescente (a parcela da população que mais apresenta transtornos alimentares). Os fatores sociais e culturais, associados às predisposições biológicas e psicológicas, teriam uma participação importante no desencadeamento e na manutenção dos transtornos alimentares.

Conforme Garcia (2005, p. 8), a perspectiva visual da imagem, do corpo "violão" ao corpo musculoso, trabalhados nas academias de ginástica, diferentes abordagens e considerações sobre a imagem do corpo perfazem as novas diretrizes da aparência a que se assiste na atualidade.

Dessa forma, a cultura do corpo na cultura midiática como construção/inserção do discurso contemporâneo, considerando os aspectos de organização, produção, conteúdo, circulação e recepção da informação, é o que promove comportamentos adequados e/ou inadequados, dependendo do ponto de vista da sociedade sobre o tema. (GARCIA, 2005).

Assim, se a sociedade dá ênfase à magreza, sem considerar o biotipo (estruturas muscular e óssea) da pessoa, os adolescentes também desconsiderando tal item, seguem o que se preconiza. Ou seja, sem o menor crivo, são criados padrões estéticos que visam a endeusar um determinado aspecto físico, no caso a magreza, em detrimento às considerações do biotipo.

O *gap* desse relacionamento sociedade e mídia se dá por meio da divulgação de produtos que vinculam uma determinada marca anunciada ao *status* a ser alcançado pelo consumidor. Dessa forma, o consumidor sonha e a marca realiza.

Ressalta-se que a noção de publicidade deve ser ampliada consideravelmente no campo da comunicação como elemento da mídia para além da dimensão regulatória do mercado, isto é, algo que reverbere os efeitos de divulgação publicitária.

Conforme Garcia (2005, p. 18), no discurso estratégico do mercado, aquele no qual a imagem do corpo surge como fator primordial na composição do enunciado para agregar valor legítima a utilização do visual corpóreo e de sua (trans)versatilidade representacional para suplementar a informação, veiculação e venda de produto.

Dessa forma, Garcia (2005, p. 18) afirma que:

O tema corpo entrelaça-se ao universo do consumo e dinamiza os interesses do mercado, muito embora a representação do corpo na linguagem deva ser vista/lida diante da articulação de um objeto simbiótico, distanciando-se da leitura cristalizada/fechada. A lógica para pensar a noção de corpo, neste estudo, deve ser considerada como instrumento estratégico da enunciação contemporânea. Em outras palavras, o corpo na publicidade e na mídia está para além da premissa estrutural/mercadológica.

Assim, são divulgados via mídia estímulos, dicas, pistas, sugestões, perguntas ou respostas que povoam o olhar superficializado pelo público massificado. As aparições dos corpos quase desprovidos de gordura evidenciam a espetacularização da julgada “boa forma”, via mídia contemporânea, buscando eliminar a distância entre produto publicitário e corpo como dispositivo/suporte de mensagens. (GARCIA, 2005).

### 3.1. Mídia e Comunicação Persuasiva

Este tópico cuidou de explicar como funciona a comunicação persuasiva aplicada na mídia, visando moldar comportamentos, com o objetivo de vender produtos ou padrões estéticos julgados perfeitos.

Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa de Aurélio Buarque de Hollanda Ferreira (FERREIRA, 2003, p. 324), persuasão advém do latim *persuasione* e significa:

1. Ato ou efeito de persuadir. 2 Convicção, crença. 3. *Polít* Método de exercer ação repressiva, por exemplo, pela ostentação de armamentos perante a outra parte.

Karlins e Alberson (1971) colocam que o público não teria razões suficientes para alarmar-se com a persuasão. Para se ter uma idéia da antigüidade do ato de persuadir, basta lembrar que Eva a utilizou com Adão no Éden e fê-lo

comer a maçã. É uma arte praticada há séculos e como ciência é produto do século XX, encontrando-se ainda em fase de desenvolvimento.

As descobertas feitas no campo da persuasão científica são provavelmente utilizadas por um pequeno grupo de pessoas. Com base nos dados atuais, portanto, pode-se colocar que ainda é demasiadamente cedo para afirmar que a ciência criou métodos persuasivos para controlar o comportamento humano. Desconhece-se o grau de poder que têm as técnicas de persuasão, porém é inegável que elas existam.

A ciência pode acentuar os efeitos de uma mensagem persuasiva fornecendo métodos sistemáticos para explorar o processo persuasivo.

Nas décadas de 1950 e 1960 foram realizadas diversas experiências sobre o grau de alcance e qual o método aproximado para se alcançar um índice relevante de persuasão. Dessa forma, palestrantes direcionavam-se a um público heterogêneo e conduziam a palestra de forma científica aplicando métodos.

Conforme Mowen e Minor (2003), “a comunicação é onipresente em nossas vidas”. Isto porque as mais diferentes mídias estão buscando se comunicar por meio de comerciais de televisão e rádio, anúncios impressos, cartazes, embalagens e vendedores – e, segundo Mowen e Minor (2003, p. 166) “nos influenciar”.

Mowen e Minor (2003, p. 166) estimaram que os consumidores norte-americanos recebem em média 200 a 500 mensagens comerciais por dia. Contudo, eles se lembram de apenas 15% desse total e apenas processam ativamente 4 a 5 % das mensagens. Além disso, nos encontros com amigos e conhecidos, é comum a comunicação persuasiva. Um amigo que diz "Olha, tem um filme muito legal. Você quer assistir?" está adotando uma tentativa de persuasão.

Para Mowen e Minor (2003, p. 166):

comunicação consiste no uso de um sinal para transmitir um significado. Um sinal pode ser uma verbalização, uma expressão vocal, um movimento do corpo, uma palavra escrita, uma figura, um odor, um toque ou até mesmo pedras no chão para denotar um limite de propriedade. Quando se fala de comunicação, podemos estar nos referindo a palavras faladas, a uma mudança súbita no tom de voz, a uma palavra escrita, a uma representação pictórica ou a um gesto. As mensagens são recebidas pelos nossos cinco sentidos. Mensagens extremamente claras podem ser

transmitidas por meio do odor e do toque. Os perfumes são usados para comunicar pensamentos e sentimentos sensuais. Um toque pode comunicar sentimentos de ternura, tristeza e raiva. Até mesmo o silêncio pode ter significado e aumentar a retenção de informação da propaganda por parte do ouvinte.

De acordo com Mowen e Minor (2003, p. 167), “comunicação persuasiva tem início na fonte de informação que codifica e transmite a mensagem. As mensagens podem ser codificadas de muitas maneiras”. Mowen e Minor (2003, p. 167) exemplificam, dessa forma:

um comunicador deve decidir sobre o uso do apelo de medo, humor, apresentação ou dramatização na propaganda de TV. A mensagem é transmitida por algum meio ou canal de transmissão. O meio pode ser interpessoal direto, impresso, rádio, telefone, cartazes, televisão ou a Internet. As características do canal influenciam a interpretação da mensagem, bem como a maneira como a informação é processada. Em seguida, a mensagem é recebida pelo público, que a decodifica e interpreta.

Dessa forma, várias características do público podem moderar os efeitos da comunicação persuasiva. Mowen e Minor (2003, p. 167) afirmam que “fatores como personalidade, sexo, inteligência e envolvimento no assunto interferem na maneira como os receptores decodificam a informação e reagem a ela”.

Verifica-se que o processo de comunicação acontece por completo dentro de um contexto geral, tendo interferência de vários estímulos do ambiente que podem inibir os processos de comunicação, distraindo os consumidores, influenciando seu estado de espírito ou gerando 'ruído' na transmissão da mensagem.

Os pesquisadores desenvolveram um modelo de comunicação que descreve as relações entre vários fatores que influenciam a eficácia e o impacto da comunicação persuasiva. Mowen e Minor (2003) apresentaram um modelo identificando cinco fatores que controlam a eficácia da comunicação: características da fonte, conteúdo da mensagem, características do meio de

comunicação, fatores contextuais e características do receptor ou do público. Destaca-se que, neste estudo, optou-se em focar as características da fonte.

Tal afirmação tem respaldo na obra de Mowen e Minor (2003, p. 169) que tratam da atratividade física na fonte, como fator importante para se reconhecer a relevância da televisão.

Mowen e Minor (2003, p. 169) definem fonte como: “a pessoa ou o personagem que transmite uma mensagem.” Essa fonte deve ser revestida de credibilidade, sendo que este termo, conforme especificam estes autores, “refere-se à percepção do grau de crédito que ela merece, com base no conhecimento de sua capacidade e probidade.” (p. 169). Assim, quanto maior a capacidade e probidade de uma fonte de informação, maior será a probabilidade de um observador reconhecê-la como digna de crédito.

Quanto à capacidade da fonte, Mowen e Minor (2003, p. 168), afirmam que esta “refere-se ao conhecimento que percebemos que ela tem sobre o assunto que ela comunica.” Já o que se refere à probidade da fonte, esta consiste no “grau em que se percebe que ela fornece informação de maneira imparcial, honesta.” (MOWEN e MINOR, 2003, p. 168).

Assim, a capacidade e a probidade da fonte são fatores independentes em sua contribuição para a eficácia da fonte. Dessa forma, conforme Mowen e Minor (2003, p. 168) “se alguém é considerado digno de confiança, ele pode influenciar o público, mesmo que sua capacidade seja tida como relativamente pequena.” Da mesma maneira, mesmo que a probidade de alguém seja posta em dúvida, caso seja um especialista no assunto do qual trata, ele terá capacidade persuasiva.

Mowen e Minor (2003) afirmam que as fontes com alta credibilidade são mais eficazes que as fontes menos dignas de crédito. Descobriu-se que as fontes com alta credibilidade:

1. Produzem uma mudança de atitude mais positiva em relação aquilo que defendem;
2. Induzem a mais mudanças de comportamento do que fontes com menor credibilidade;
3. Aumentam a possibilidade de usar apelos de medo, que consistem em ameaças físicas ou sociais.
4. Impedem a criação de contra-argumentos à mensagem.

Com relação à atratividade física da fonte, Mowen e Minor (2003, p. 169) afirmam que para reconhecer a importância da atratividade física “basta assistir à televisão ou examinar os anúncios impressos. A maioria dos anúncios impressos e de TV contam com a presença de pessoas fisicamente atraentes.”

Observa-se que os pesquisadores descobriram que comunicadores fisicamente atraentes promovem mais mudanças de crenças que aqueles que não são atraentes (MOWEN e MINOR, 2003). Além disso, as pessoas tendem a formar estereótipos positivos a respeito de pessoas fisicamente atraentes. Por exemplo, um estudo descobriu que garotos e garotas em idade universitária têm a expectativa irreais e bastantes exigentes com as pessoas que convivem, assim como, para consigo mesmos.

Mowen e Minor (2003, p. 170) afirmam que “no campo da propaganda, os pesquisadores descobriram que pessoas atraentes são vistas de maneira mais positiva e têm um reflexo mais favorável sobre a marca que anunciam”. Dessa forma, estes autores relatam uma pesquisa onde:

mostraram-se aos entrevistados slides ora de uma pessoa atraente, ora de uma pessoa de aparência normal que trabalhavam no zoológico de Cincinnati. Pediu-se aos entrevistados que dessem suas impressões a respeito dos slides e das pessoas. Foi perguntado também se eles gostariam de ser voluntários para ajudar no zoológico. Os resultados revelaram que as opiniões quanto à apresentação de slides foram significativamente mais favoráveis quando utilizado um modelo atraente. O efeito foi particularmente forte para homens que viram uma mulher atraente.

Dessa forma, verifica-se que a atratividade física também interage com outras variáveis. Os resultados das pesquisas analisadas mostraram que os modelos mais atraentes produziram maiores intenções de compra do produto quando este apresentava um apelo sexual. (MOWEN; MINOR, 2003).

Há que se ressaltar, porém, que se o produto não tivesse relação com a atração do sexo oposto, a fonte menos atraente tinha mais impacto. Tais resultados ilustram a importância da afinidade entre a natureza do produto e as características do garoto-propaganda. (MOWEN; MINOR, 2003).

Verifica-se que a comunicação tem fatores embutidos em si que promovem a influência dos seus públicos-alvo, funcionando de uma certa forma, no ícone que indica quais são os padrões de beleza do momento, fazendo com que as pessoas aceitem pacificamente a sua opinião sobre um determinado tipo físico ou comportamento. Isto posto, ressalta-se que o público mais influenciável são os jovens, face nessa faixa etária estarem em formação da personalidade e serem altamente suscetíveis às opiniões alheias. Assim, nas pessoas adultas, nas quais as percepções de mundo já estão calcificadas, esses comportamentos influenciáveis são pouco registrados, justamente em função de seus pontos de vista já estarem, de certa forma, estabelecidos. (MOWEN; MINOR, 2003).



## 4 MÉTODO

Esta pesquisa foi desenvolvida de 26 de abril de 2006 a 20 de maio de 2006 e no desenvolvimento deste estudo foi utilizado como técnica de coleta de dados um questionário semi-estruturado, o qual restringiu-se o enfoque para os assuntos que tenham relação com o tema tratado, que diz respeito à influência da mídia no desenvolvimento da anorexia em adolescentes. (Apêndice A).

Quanto ao tipo de amostra, a amostra estudada foi a selecionada por conveniência (ou acidentais), que conforme Mattar (1996, p. 269) “são selecionadas, como o próprio nome diz, por alguma conveniência do pesquisado”, sendo, freqüentemente utilizada para testar idéias ou para obter idéias sobre determinado assunto de interesse. Ressalta-se que amostras por conveniência prestam-se muito bem aos objetivos da pesquisa exploratória, e não são recomendadas para pesquisas conclusivas.

No presente trabalho, a coleta de dados foi operacionalizada a partir da aplicação de entrevista, composta de 13 perguntas, a um público do sexo feminino, via Internet, por *e-mail* e adotando-se um procedimento on-line via *Messenger*, no dia 26 de abril de 2006, a 10 mulheres entre 17 a 24 anos que já sofreram ou sofrem de anorexia ou bulimia nervosas. Seus nomes foram preservados, como procedimento ético de resguardar a imagem da fonte.

O questionário aberto foi elaborado com respaldo no embasamento teórico deste estudo, acompanhada de carta de apresentação, evidenciando os objetivos e principais características da pesquisa.

As questões visaram o alcance dos objetivos formulados nesta monografia, contrapondo a teoria aqui sintetizada e explorada com a prática identificada, a fim de verificar se a mídia é percebida como influenciadora pelas adolescentes à desenvolverem distúrbios alimentares em busca da forma corporal esteticamente padrão.

No capítulo a seguir são apresentados os resultados, contendo as perguntas e as respectivas respostas mais significativas para este estudo, que mesmo sendo apresentadas de forma discursiva, foram categorizadas e tabuladas. A categorização foi temática.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O questionário foi enviado via *e-mail* e as respondentes assinalaram pertencer a faixa etária entre 17 e 24 anos – idade comprovada pelos teóricos como maior foco dos transtornos alimentares – a qual obteve resultados compatíveis com a teoria estudada, mostrando quais são os sentimentos das pessoas que passaram por tais transtornos, assim como suas percepções sobre o tema. (ERBERT, 2005).

Conforme Cordás *et al.* (1998, p. 17), o fato de as adolescentes sucumbirem mais aos fatores em relação à imagem deve-se ao fato das drásticas mudanças sociais, emocionais e físicas importantes que ocorrem nessa fase da vida.

Assim, com relação à idade (Apêndice B), comprovou-se, com respaldo na obra de Erbert (2005, p.13), que a “a sociedade rejeita as pessoas que estão acima do peso, não necessariamente obesas”. O que se verifica entre as jovens pesquisadas é que realmente, conforme apresentado na literatura, as adolescentes logo associam a beleza, o sucesso e a felicidade a um corpo magro, tornando cada vez maior o número de pessoas que praticam dietas abusivas e outras formas não saudáveis de regular o emagrecimento.

Isto ocorre porque conforme apontado por Cordás *et al.* (1998, p. 17), o julgamento da imagem corporal altera-se, fazendo-a sentir-se com as formas maiores do que são na realidade.

No que tange à faixa de renda das pesquisadas (Apêndice C), verificou-se que 30% situam-se na faixa de até R\$ 2.000,00 e 40% na faixa acima de 8.001,00, ou seja, as entrevistadas localizam-se nas faixas maiores de renda.

Quanto à escolaridade (Apêndice D) verificou-se que a maioria das entrevistas, ou seja, 70%, têm o curso superior incompleto. 20% responderam que já cursaram o 3º grau.

No que se refere à segunda parte da entrevista, quanto à identificação do processo de anorexia/bulimia, 70% das entrevistadas, tiveram a mãe como identificadora do processo de tais transtornos alimentares. (Apêndice E).

Quanto aos históricos coletados, a maioria identificou-se como gorda, 70% das entrevistadas. 20% tiveram como marco dos transtornos alimentares o falecimento de parentes. 10% são relativos à excursão/viagem. (Apêndice F).

Contrapondo tal resultado à literatura consultada, verifica-se que realmente as mulheres experimentam mais conflitos relacionados à comida e à forma, buscando manterem-se magras, desde a adolescência, face ao iniciar nessa faixa etária os regimes, por vezes drásticos, como método de emagrecimento. (ERBERT, 2005).

Dentre as pesquisadas, 60% desenvolveram o quadro anoréxico em função de problema de aceitação e 20% devido às críticas das pessoas, conforme verifica-se a seguir. (Apêndice G).

Nos fatores mais críticos da doença (Apêndice H) verificou-se que 40% tinha “vergonha de tudo”, conforme responderam e outro percentual significativo é o de 20% que cita crises de fraqueza, que ocorrem em função do tempo acima do normal sem receber alimentos.

Como fator para saída do problema (Apêndice I) 60% crê que os conselhos de familiares foi o fator mais marcante. 40% das entrevistadas precisaram de tratamento psiquiátrico/psicológico para saírem do problema.

Verificou-se, ainda, (Apêndice J) que 70% das entrevistadas afirmaram que a mídia teve alguma influência sobre o aparecimento e o desenvolvimento dos transtornos alimentares nelas. 30% afirmaram que não houve influência direta dos veículos de comunicação sobre o seus transtornos alimentares.

Conforme os resultados das entrevistas (Apêndice K) 60% das pesquisadas crêem que a mídia interfere determinando padrões estéticos considerados perfeitos. 20% afirmaram que é a valorização da magreza o que a mídia dissemina. Outras respostas registradas foram as que se referem à criação de padrões de beleza (10%) e os desfiles de moda (10%).

Dessa forma, verifica-se em conformidade com a teoria pesquisada de (ERBERT, 2005), que as jovens são muito preocupadas com a sua aparência e com as mudanças que ocorrem nessa fase, idealizando os padrões de beleza e estética explorados pelos meios de comunicação, e que, na maioria das vezes, enaltecem a magreza.

Assim, a exploração desses moldes quase sempre irreais, acentua as dificuldades naturais de aceitação do próprio corpo, conforme verificado na obra de Erbert (2005). O que se observa é que são os adolescentes que, por estarem em fase influenciável, sofrem o poder da mídia, receptivos às imagens arquitetadas pela mídia.

Quanto ao veículo e/ou programa que induziram as jovens pesquisadas a fazer regime e olhar seu corpo de uma maneira mais crítica, a maioria 40% (Apêndice L) afirmou que foram as propagandas. 20% afirmaram que foram os programas de moda.

Verificou-se que 80% das entrevistadas afirmaram que a sociedade teve certa influência nesse processo. (Apêndice M).

As entrevistadas (50%) afirmaram que as pessoas sob o jugo dos transtornos alimentares devem buscar ajuda de profissionais. 30% crêem que seja melhor buscar conselhos de nutricionistas. Percentuais iguais (10%) das entrevistadas crêem que as pessoas devam evitar dietas radicais e se deixar influenciar pela mídia. (Apêndice N).

Quanto às possíveis modificações na mídia, 70% das entrevistadas (Apêndice O) acreditam que o que deve mudar é o padrão da beleza que esta coloca diante do telespectador/leitor. Outros itens também foram registrados tais como: evitar discriminar pessoas acima do peso (10%), valorizar a essência das pessoas (10%) e evitar associar magreza com beleza (10%).

O que se pode verificar por meio das respostas é que as entrevistadas se sentem escravas dos padrões de beleza impostos, que tanto as prejudicam e que mostram respaldo à obra de Cordás *et al.* (1998), a qual afirma que os fatores sociais e culturais na ocorrência da anorexia nervosa e da bulimia nervosa têm importância no que tange ao padrão de beleza vigente que exige que as mulheres se mantenham semelhantes às modelos e manequins.

Corroborando com a literatura e a verificação empírica, observa-se que a anorexia nervosa tem realmente relação direta com a cultura e com fatores de valorização social, como a beleza.

Tais fatores causam pressão nas adolescentes que no intento de alcançarem um corpo de modelo, tornam-se anoréxicas como meio de se alcançar o seu objetivo.

Isto porque a mídia valoriza um corpo magro como perfeito. Assim, observa-se na obra de Garcia (2005) que as abordagens midiáticas sobre a boa forma, o chamado corpo violão ou musculoso é forte o suficiente para mudar padrões de comportamento e induzir às agressões que as adolescentes sem querer provocam em seus corpos.

As marcas entram nesse contexto para divulgar corpos esqueléticos como um conceito de vida. Se o seu corpo é magro, a pessoa terá sucesso na vida amorosa, profissional, dentre outros aspectos da vida. Porém, caso seja acima do peso ou gordinha, pode preparar-se para ser isolado socialmente, pois esta parte da sua vida, dentre outras, estará fadada ao fracasso. É essa a imagem que a mídia passa e que tanto afeta as jovens que estão ainda formando a personalidade e não estão seguras de seus corpos.

A persuasão que os veículos de comunicação e propaganda divulgam faz com que as jovens vistam determinada marca em detrimento a outras. Tais marcas podem valorizar o corpo de uma forma tal que exige cintura de inacreditáveis 60 centímetros de circunferência, porém perigoso, pois cada pessoa tem um biotipo, é diferente uma da outra.

O que os meios de comunicação fazem é divulgar uma imagem magra, o que não condiz com a imagem real. São criados padrões irreais de imagem corporal, o que auxilia no desenvolvimento dos distúrbios alimentares, pois as adolescentes, invariavelmente, quando têm a imagem distorcida de seus corpos, acreditam que as outras pessoas as vêem da mesma forma, ou seja, bem acima do peso ideal, fora dos padrões estabelecidos como ideais, portanto.

A distorção da imagem corporal está presente na bulimia e na anorexia e representa um aspecto de difícil abordagem no tratamento, pois com o desenvolvimento de uma obsessão pela magreza e/ou perfeccionismo ligado à auto-imagem, faz com que a adolescente sinta necessidade de estabelecer um controle absoluto sobre si mesma, prejudicando-se e fazendo a família e os amigos sofrerem juntos.

A necessidade de emagrecer ou conseguir um corpo magro como “perfeito”, impede que se tenha uma consciência de si mesmo, o que leva a uma batalha interna que causa angústia e sofrimento.

Observa-se que as adolescentes que estiveram acometidas de tais distúrbios, pareciam cegas e surdas em relação a elas mesmas, não ouvindo o que o corpo queria falar, apenas ouvindo os discursos cegos da mídia.

Essa preocupação excessiva com o corpo, identificando um defeito imaginário na aparência física, faz com que as pessoas sofram muitos desgastes físicos, tendo dores pelos exageros em deixar de ingerir ou vomitar os alimentos ingeridos. Essa obsessão pela magreza, descontentamento com o corpo, perfeccionismo com a imagem só traz sofrimento.

## 6 CONCLUSÃO

Ao finalizar esta monografia, destaca-se que sua consecução foi permeada de fatores restritivos ou limitantes, dentre os quais, identificar o público-alvo da pesquisa, a quem foi aplicada a entrevista, de forma que a abordagem não ferisse suscetibilidades e que a pessoa contribuísse de boa vontade, respondendo às questões de modo sincero.

Observou-se que quase todas as entrevistadas de certa forma concordaram que a mídia exerce influência para que ela permaneça em forma ou busque melhorar seu corpo, o que em algum período no passado, ou atualmente, auxiliou no desenvolvimento da anorexia ou bulimia nervosas/distúrbios alimentares.

Outro ponto identificado é que as adolescentes não se sentem aceitáveis caso não preencham os pré-requisitos que determinado programa de televisão ou propaganda considerem como “perfeitos”, desrespeitando seus biotipos, buscando o modelo ideal de corpo.

Assim, corroborando os achados de Cordás *et al* (1998) e Erbert (2005), verifica-se que um aspecto muito importante no início dos transtornos alimentares é a insatisfação com o corpo e/ou a alteração da imagem corporal, tudo em prol de um ideal de estética. Por isso, a mudança da imagem corporal é um fator muito importante na recuperação dos transtornos alimentares.

Nesta pesquisa, verificou-se que as respondentes acreditam que a mídia deveria mudar o padrão de beleza que comercializa, semelhante ao que fez a campanha dos produtos Dove que valoriza o biotipo das mulheres em seus anúncios, mostrando que as pessoas são diferentes, devendo ser respeitadas como são.

Outras afirmativas sobre mudança nos conteúdos da programação no que tange à criação de padrão estéticos registrados na pesquisa, foram aqueles que se referem à discriminação de pessoas acima do peso, valorizar a essência das pessoas em detrimento à uma concepção de beleza e evitar associar magreza

com beleza . Embora essas respostas tenham recebido menos votos, são também significativas por expressarem o que público-alvo desta pesquisa pensa.

Como sugestão para outros trabalhos que sigam o mesmo tema é que abordem a ocorrência de anorexia nervosa em outras faixas etárias e/ou classes sociais, de modo a identificar a frequência com que tal desordem ocorra.

O que pode-se apreender das leituras realizadas para a elaboração desta monografia é que a mídia exerce influência às vezes negativa sobre as pessoas, pois como exemplo pode-se citar o caso ocorrido nas ilhas Fiji, onde as mulheres fartas retratadas nos quadros de Paul Gauguin eram consideradas as mais belas até a chegada dos seriados da TV americana. Depois, os homens passaram a preferir as coelhinhas da Playboy, e as mulheres começaram a fazer dieta. Dessa forma, a televisão criou um novo padrão de beleza das cidadãs de Fiji, exigindo delas o padrão internacional norte-americano de beleza. (NABUCO, 2006).



## 7 REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luís. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986.

BLANDER, Richard, LA VALLE, John. Engenharia da persuasão. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRAND, Dominique. Anorexia: diário de uma adolescente. São Paulo: Elevação, 2003.

BRETON, David Le. Adeus ao corpo: antropologia e sociedade. São Paulo: Papyrus, 2003.

BUCKROYD, Julia. Anorexia e bulimia: esclarecendo suas dúvidas. São Paulo: Ágora, 2000.

BUSSE, Salvador de Rosis. Anorexia, bulimia e obesidade. Barueri: Manole, 2004.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. Discursos da moda: semiótica, design e corpo, São Paulo: Anhembi, 2005.

DAOLIO, Jocimar. Da cultura do corpo. Campinas: Papyrus, 1995.

ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo: Perspectiva, 1983.

ERBERT, Tamara Carla. Anorexia e bulimia nervosas: blogs e casos reais. São Paulo: Marco Zero, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. Dicionário da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2003.

GARCIA, Wilton. Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos. São Paulo: Pioneira, 2005.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1995.

GIULIANI, Mireille. As mulheres francesas não engordam. 4.ed. São Paulo: Campus, 2005.

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Anorexia\\_nervosa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Anorexia_nervosa), 2006.

KARLINS, Marvin, ABELSON, Herbert I. Persuasão: como modificar opiniões e atitudes. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.

KLEIN, Naomi. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. São Paulo: Record, 2002.

LAWRENCE, Marilyn. A experiência anoréxica. São Paulo: Summus, 1991.

MAINGUENEAU, Dominique. Novas tendências em análise de discurso. 3.ed. São Paulo: Pontes, 1997.

MATTAR, Frauze N. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise. 2ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MOUWEN, John C; MINOR, Michael S. Comportamento do consumidor. Tradução de Vera Jordan. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

NABUCO Cristina. Anorexia, bulimia, compulsão alimentar: quando comer (ou não) vira uma doença. Cláudia, São Paulo, maio 2006, p. 194-198.

ROBELL, Suzanne. A mulher escondida: a anorexia nervosa em nossa cultura. São Paulo: Summus, 1997.

SANTAELLA, Lucia. Corpo e comunicação: sintoma e cultura. São Paulo: Paulus, 2004.

STRASSBURGER, Victor. Os adolescentes e a mídia: impacto psicológico. Porto Alegre: Artes Médicas, 1999.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. São Paulo: Presença, 1987.

## 8 APÊNDICES

**APÊNDICE A**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA**  
**CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Prezada,

O presente questionário objetiva levantar informações sobre a anorexia nervosa, fazendo parte do trabalho de conclusão de curso, para graduação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Por gentileza, responder às perguntas, pois a coleta das informações fará parte de um trabalho sobre a influência da mídia no público feminino e as consequências decorrentes dessa influência, o qual visa a subsidiar novos estudos e trabalhos em prol da melhoria da definição do papel da publicidade na sociedade.

Esclareço que as informações aqui coletadas são confidenciais e terão uso apenas no trabalho acadêmico.

Não há necessidade de se identificar.

Desde já, agradeço pela atenção dispensada.

Atenciosamente,

**Sarah Tolentino**

## QUESTIONÁRIO

### PARTE 1) PERFIL DA RESPONDENTE

#### 1.1) Idade

#### 1.3) Faixa de renda em R\$

- ☐ Até 2.000,00
- ☐ De 2.000,00 a 4.000,00
- ☐ De 4.001,00 a 6.000,00
- ☐ De 6.001,00 a 8.000,00
- ☐ Acima de 8.001,00

#### 1.4) Escolaridade

- ☐ 2° grau incompleto
- ☐ 2° grau completo
- ☐ Superior incompleto
- ☐ Superior completo
- ☐ Pós-graduação / Mestrado ou Doutorado

## **PARTE 2) QUESTÕES SOBRE ANOREXIA/BULIMIA NERVOSAS**

**2.1 De que forma você identificou o processo de anorexia/ bulimia nervosas?**

**2.2. Você poderia relatar qual o histórico da sua doença, desde o início?**

**2.3 Quais os fatores mais críticos?**

**2.4. De que forma você acha que entrou nisso?**

**2.5. O que você acha que te ajudou a sair desse problema?**

**2.6. A mídia teve alguma influência sobre o aparecimento e o desenvolvimento dessa doença em você?**

**2.7. De que forma você acha que foi essa interferência da mídia?**

**2.8. Você é capaz de identificar qual o tipo de veículo e de programa (propagandas, filmes ou novelas) que a induziram a fazer regime e olhar seu corpo de uma maneira mais crítica?**

**2.9. A sociedade teve alguma influência, tendo você recebendo estímulos para emagrecer por colegas, seja em festas ou na escola?**

**2.10. Caso você fosse dar alguma dica para outras pessoas que estão passando por esse problema, qual seria?**

**2.11. O que você acha que deveria mudar na mídia?**

## APÊNDICE B

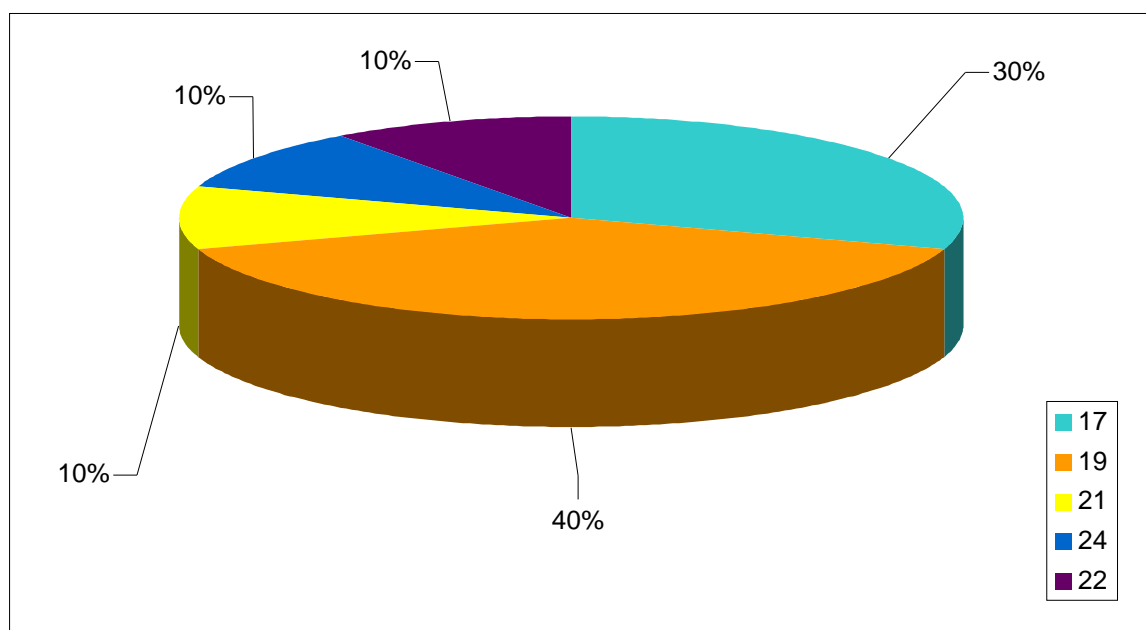
### PARTE 1) PERFIL DA ENTREVISTADA

TABELA 1 – Idade

Idade	Pesquisadas	Percentual (%)
17	3	30
19	4	40
21	1	10
24	1	10
22	1	10
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 1 – Idade



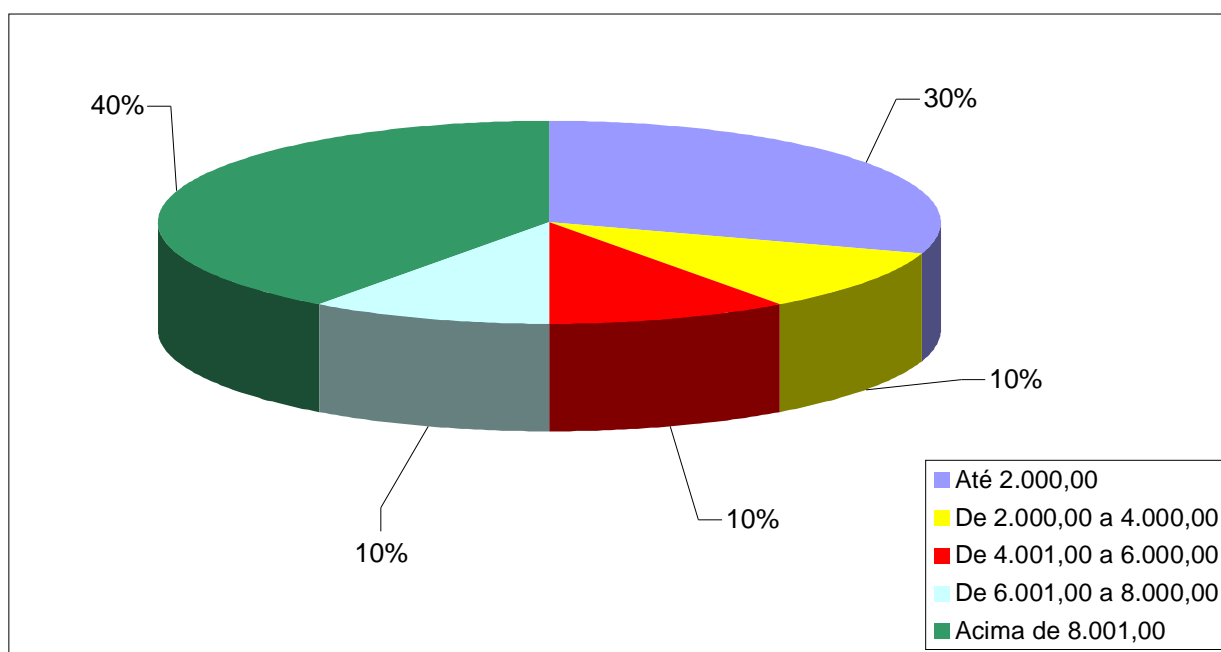
## APÊNDICE C

**TABELA 2 – Faixa de Renda das Pesquisadas**

Faixa de renda	Pesquisadas	Percentual (%)
Até 2.000,00	3	30
De 2.000,00 a 4.000,00	1	10
De 4.001,00 a 6.000,00	1	10
De 6.001,00 a 8.000,00	1	10
Acima de 8.001,00	4	40
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

**GRÁFICO 2 – Faixa de Renda das Pesquisadas**





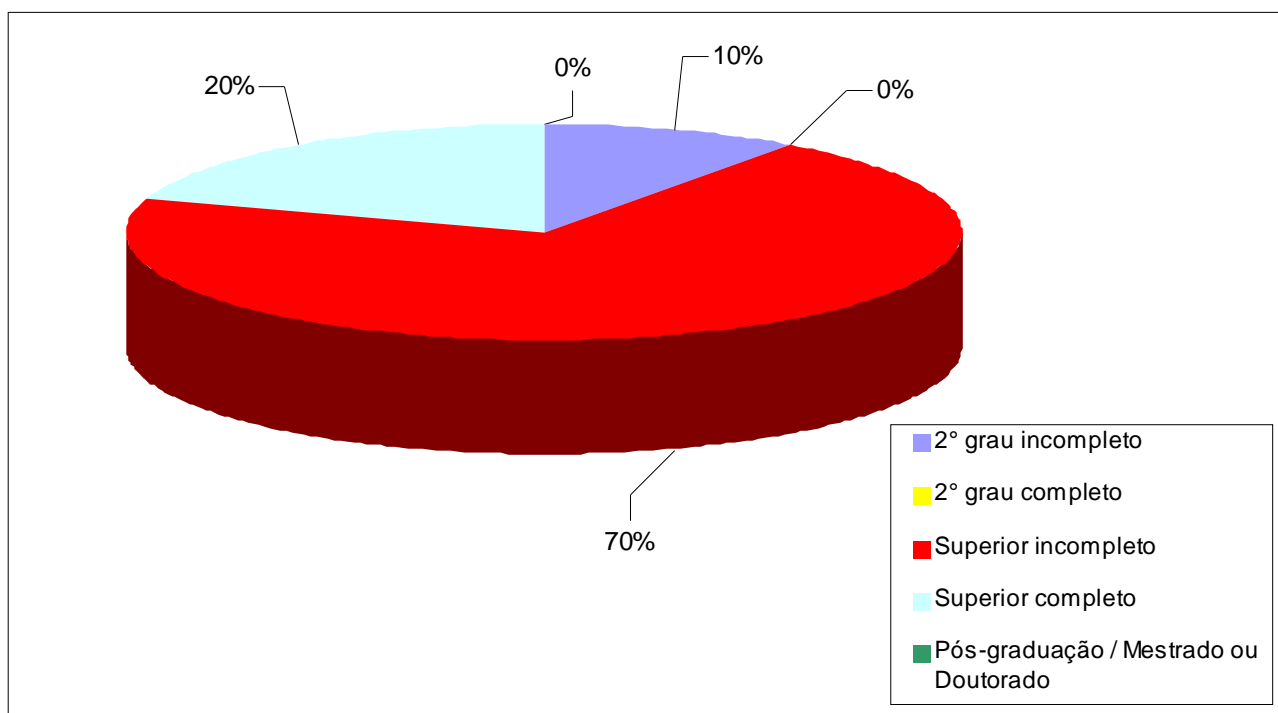
## APÊNDICE D

**TABELA 3 – Escolaridade das Pesquisadas**

<b>Escolaridade</b>	<b>Pesquisadas</b>	<b>Percentual (%)</b>
2º grau incompleto	1	10
2º grau completo	0	0
Superior incompleto	7	70
Superior completo	2	20
Pós-graduação / Mestrado ou Doutorado	0	0
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

**GRÁFICO 3 – Escolaridade das Pesquisadas**



## APÊNDICE E

## PARTE 2) QUESTÕES SOBRE ANOREXIA/BULIMIA

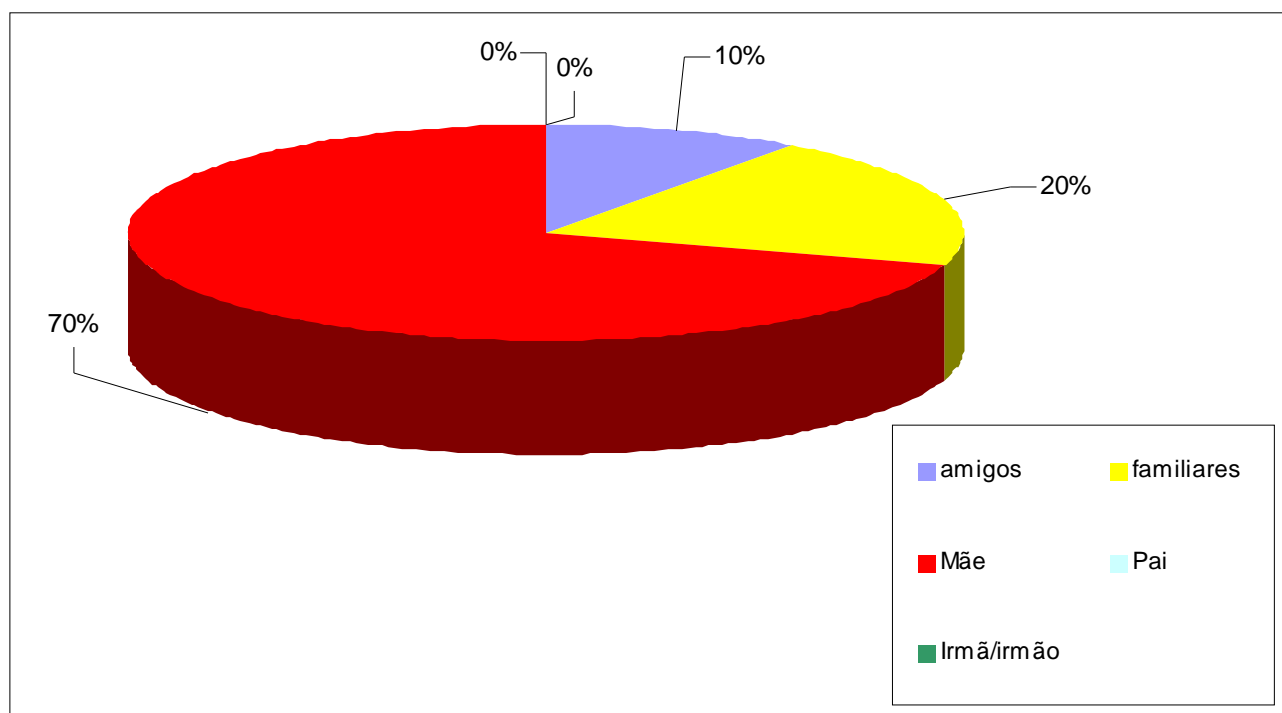
## 2.1 De que forma você identificou o processo de anorexia/ bulimia ?

TABELA 4 – Identificação do Processo

Identificação do processo	Pesquisadas	Percentual (%)
amigos	1	10
familiares	2	20
Mãe	7	70
Pai	0	0
Irmã/irmão	0	0
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 4 – Identificação do Processo



## APÊNDICE F

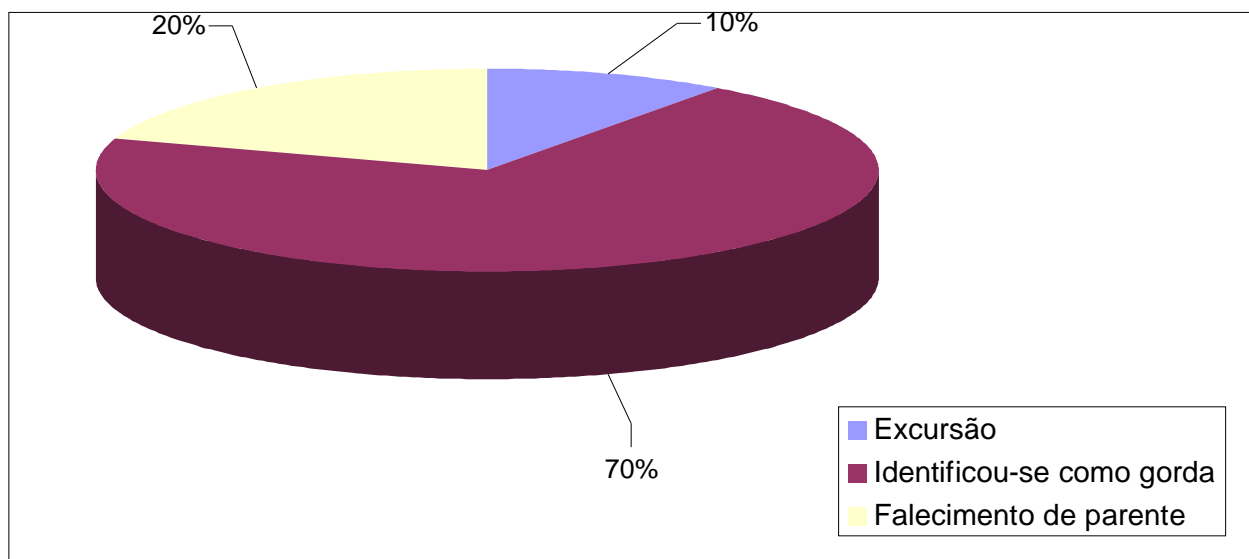
### 2.2. Você poderia relatar qual o histórico da sua doença, desde o início?

TABELA 5 – Marco da doença

Marco da doença	Pesquisadas	Percentual (%)
Excursão	1	10
Identificou-se como gorda	7	70
Falecimento de parente	2	20
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 5 – Marco da doença



## APÊNDICE G

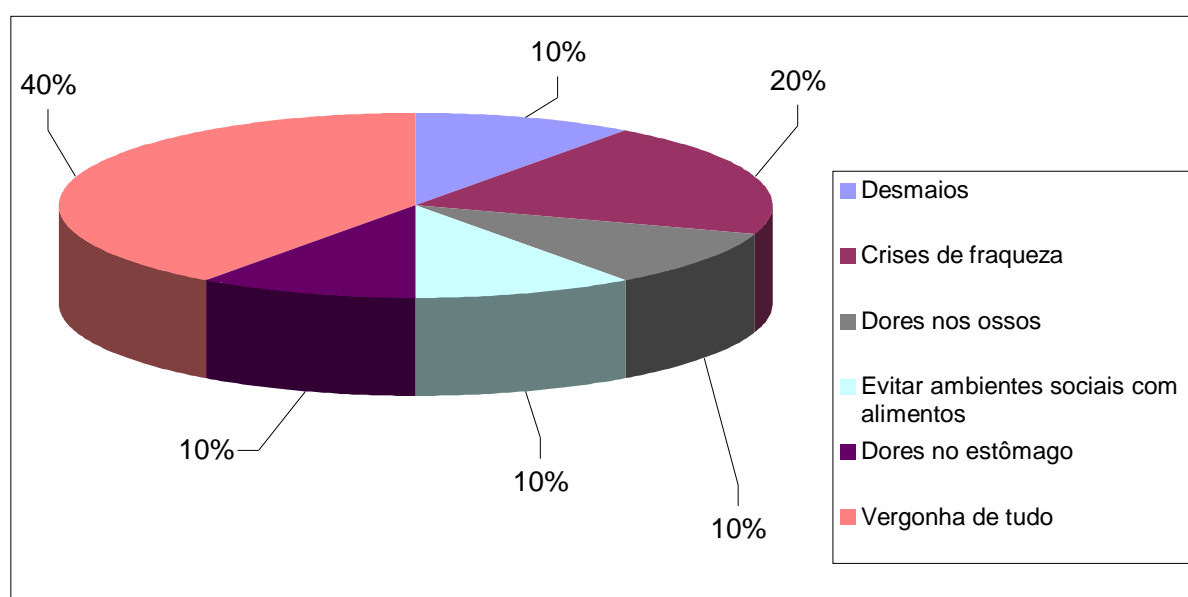
### 2.3 Quais os fatores mais críticos?

TABELA 6 – Fatores críticos da doença

Fatores críticos da doença	Pesquisadas	Percentual (%)
Desmaios	1	10
Crises de fraqueza	2	20
Dores nos ossos	1	10
Evitar ambientes sociais com alimentos	1	10
Dores no estômago	1	10
Vergonha de tudo	4	40
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 6 – Fatores críticos da doença



## APÊNDICE H

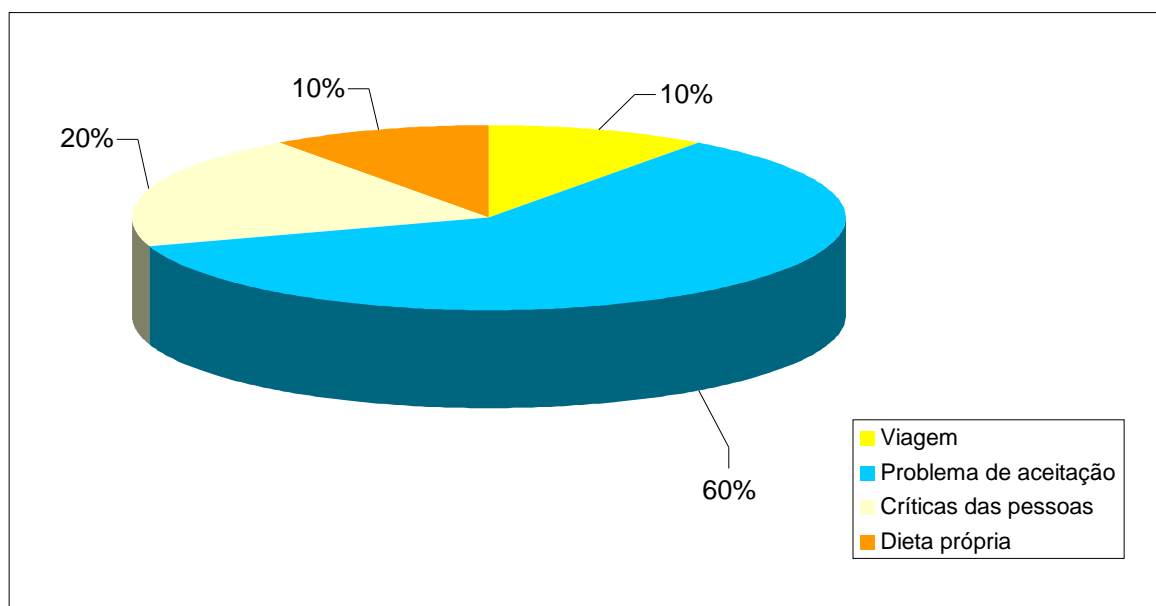
### 2.4. De que forma você acha que entrou nisso?

TABELA 7 – Motivo pelo qual Adoeceu

Motivo pelo qual adoeceu	Pesquisadas	Percentual (%)
Viagem	1	10
Problema de aceitação	6	60
Críticas das pessoas	2	20
Dieta própria	1	10
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 7 – Motivo pelo qual Adoeceu



## APÊNDICE I

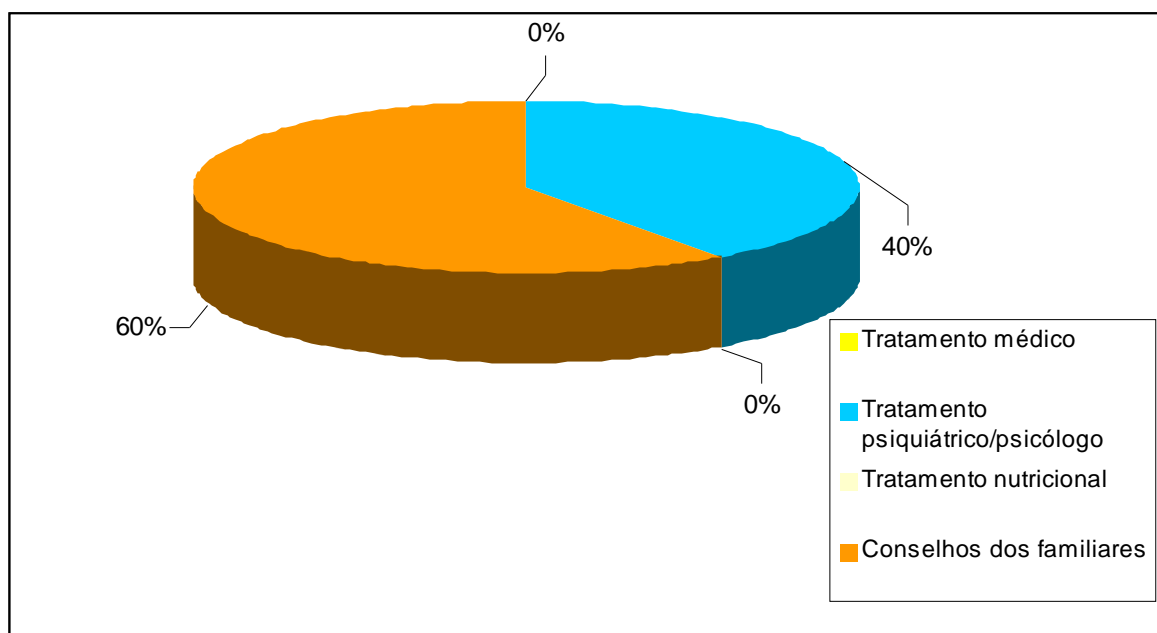
### 2.5. O que você acha que te ajudou a sair desse problema?

TABELA 8 – Fator principal para sair do problema

Fator principal para sair do problema	Pesquisadas	Percentual (%)
Tratamento médico	0	0
Tratamento psiquiátrico/psicólogo	4	40
Tratamento nutricional	0	0
Conselhos dos familiares	6	60
Conselhos dos amigos	0	0
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 8 – Fator principal para sair do problema



## APÊNDICE J

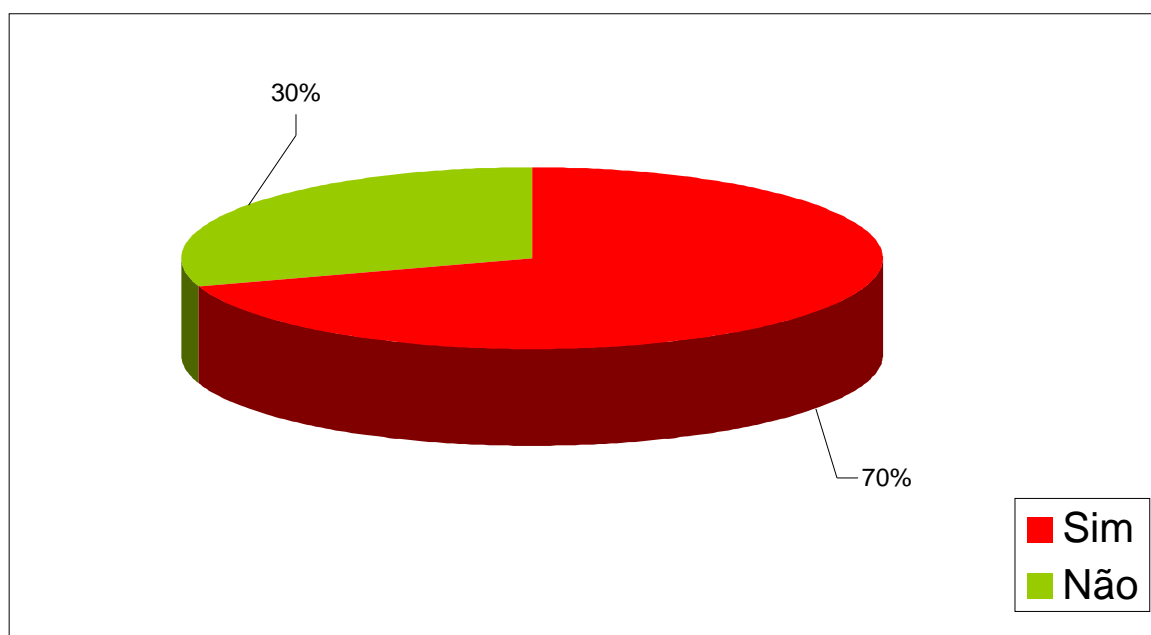
### 2.6. A mídia teve alguma influência sobre o aparecimento e o desenvolvimento dessa doença em você?

TABELA 9 – Influência da mídia

Influência da mídia	Pesquisadas	Percentual (%)
Sim	7	70
Não	3	30
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 9 – Influência da mídia



## APÊNDICE K

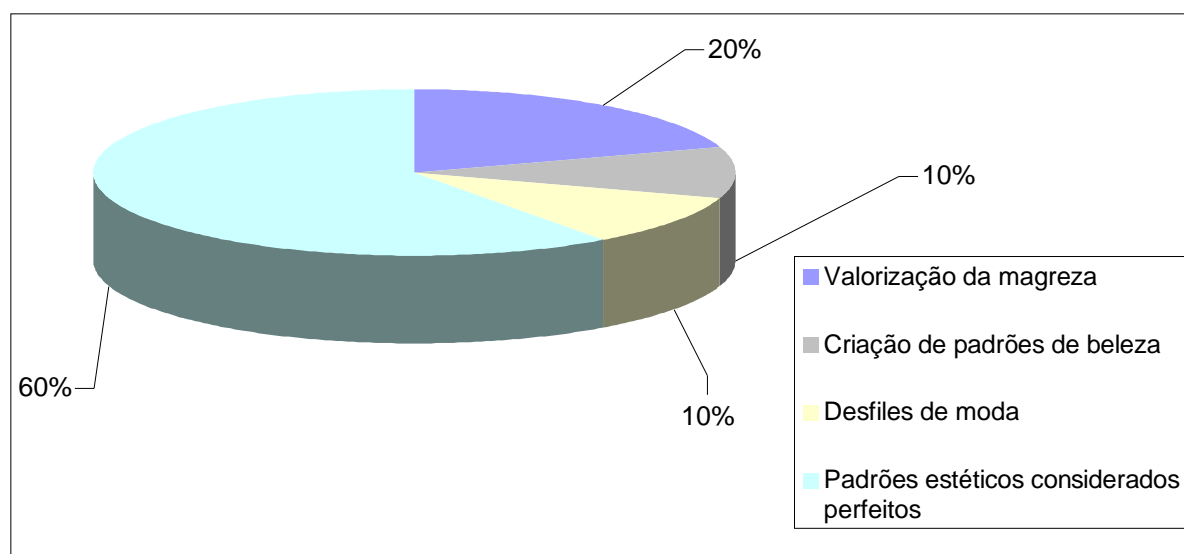
### 2.7. De que forma você acha que foi essa interferência da mídia?

TABELA 10 – Interferência da mídia

Interferência da mídia	Pesquisadas	Percentual (%)
Valorização da magreza	2	20
Criação de padrões de beleza	1	10
Desfiles de moda	1	10
Padrões estéticos considerados perfeitos	6	60
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 10 – Interferência da mídia





## APÊNDICE L

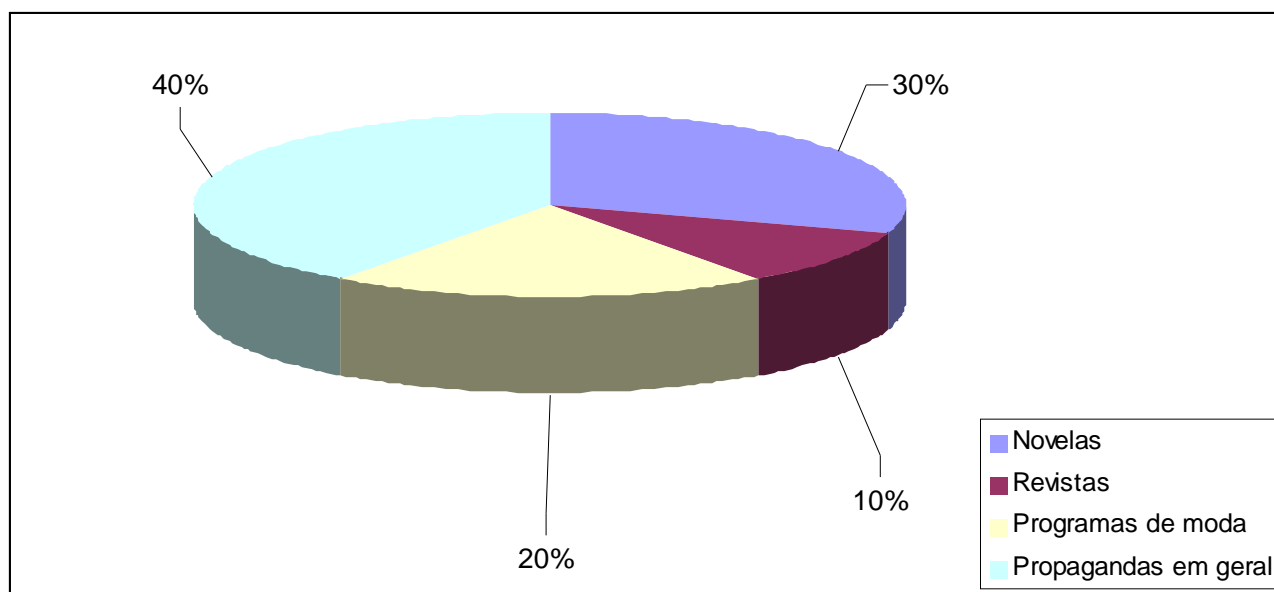
### 2.8. Você é capaz de identificar qual o tipo de veículo e de programa (propagandas, filmes ou novelas) que a induziram a fazer regime e olhar seu corpo de uma maneira mais crítica?

TABELA 11 – Tipo de veículo que induziram a olhar o corpo de forma mais crítica

Tipo de veículo	Pesquisadas	Percentual (%)
Novelas	3	30
Revistas	1	10
Programas de moda	2	20
Propagandas em geral	4	40
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 11 – Tipo de veículo que induziram a olhar o corpo de forma mais crítica



## APÊNDICE M

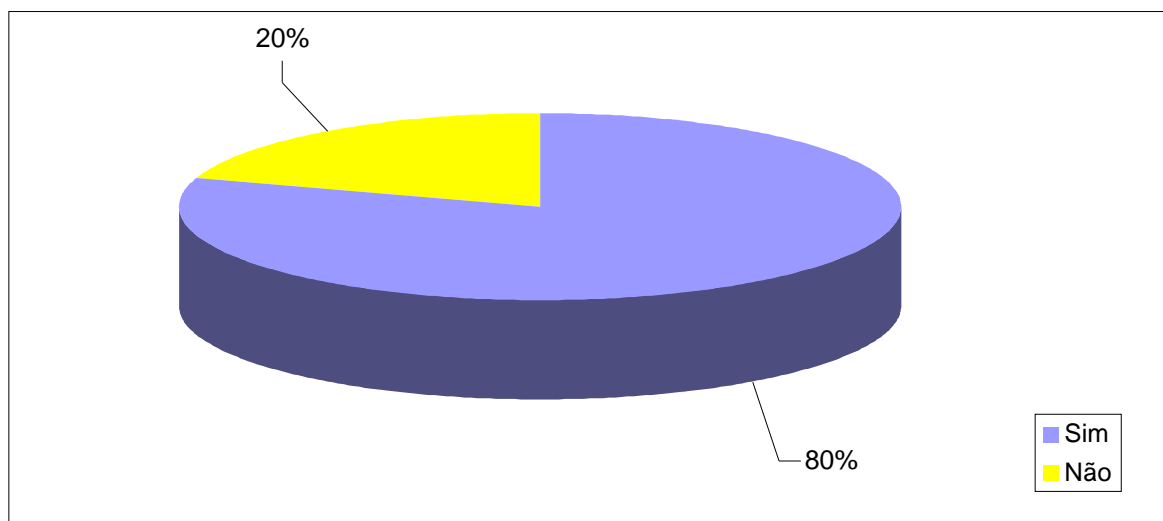
### 2.9. A sociedade teve alguma influência, tendo você recebendo estímulos para emagrecer por colegas, seja em festas ou na escola?

TABELA 12 – Influência da Sociedade

Tipo de veículo	Pesquisadas	Percentual (%)
Sim	8	80
Não	2	20
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 12 – Influência da Sociedade



## APÊNDICE N

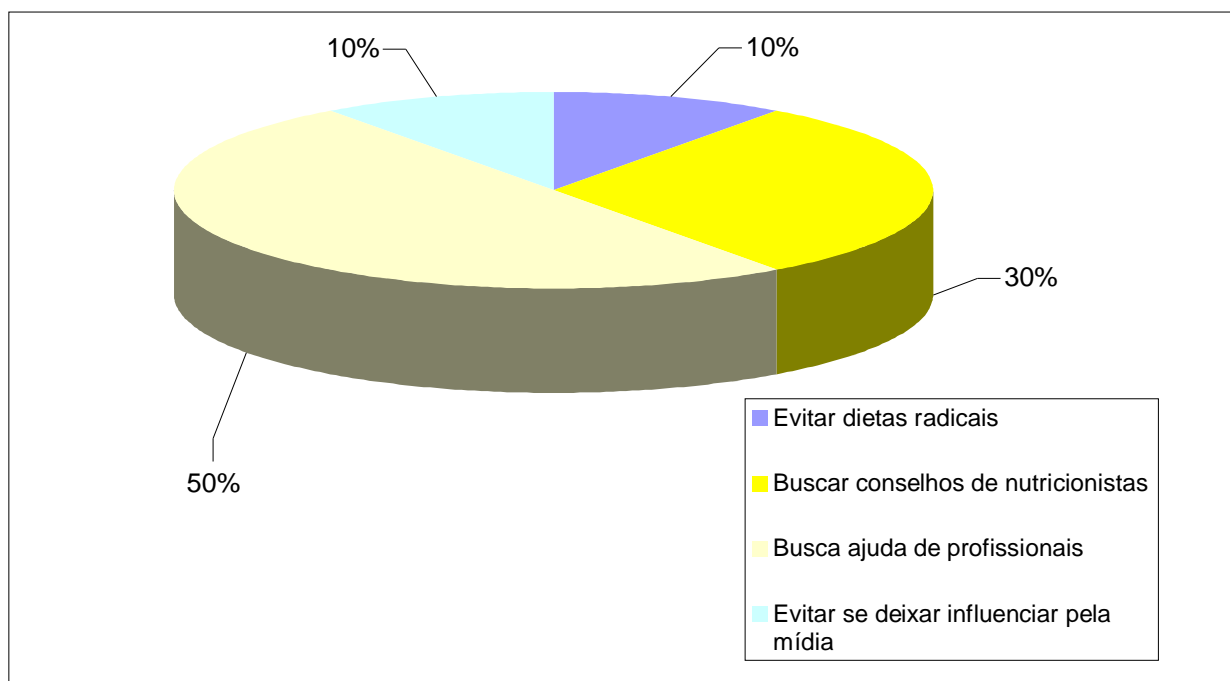
### 2.10. Caso você fosse dar alguma dica para outras pessoas que estão passando por esse problema, qual seria?

TABELA 13 – Dicas para anoréxicas/bulímicas

Dicas para anoréxicas/bulímicas	Pesquisadas	Percentual (%)
Evitar dietas radicais	1	10
Buscar conselhos de nutricionistas	3	30
Busca ajuda de profissionais	5	50
Evitar se deixar influenciar pela mídia	1	10
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

TABELA 13 – Dicas para anoréxicas/bulímicas



## APÊNDICE O

### 2.11. O que você acha que deveria mudar na mídia?

TABELA 14 – Mudanças na Mídia

Mudanças na mídia	Pesquisadas	Percentual (%)
Evitar discriminar pessoas acima do peso	1	10
Mudar o padrão de beleza	7	70
Valorizar a essência das pessoas	1	10
Evitar associar magreza com beleza	1	10
<b>Totalizador</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Sarah Maria Abrahão Tolentino de Vasconcelos, de monografia em 01 de maio de 2006.

GRÁFICO 14 – Mudanças na Mídia

